

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM *SQUARE* DI
SURABAYA**



Oleh:

RIZKY AMELIA EFFENDI

NPM: 14.1.02.08818

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM *SQUARE* DI
SURABAYA**



Oleh:

RIZKY AMELIA EFFENDI

NPM: 14.1.02.08818

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM *SQUARE* DI
SURABAYA**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

RIZKY AMELIA EFFENDI

NPM: 14.1.02.08818

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM SQUARE DI
SURABAYA**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh:
RIZKY AMELIA EFFENDI
NPM: 14.1.02.08818**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 7 April 2018**

Susunan Tim Penguji :

**Ketua : Dr. Suwito, M.Si.
Anggota : 1. Dra. Ec. Sri Utiyati, M.M
2. Drs. Ec. Suglyono, M.M**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh:**

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Budhi Satriyo, M.M.

Ketua Program Studi SI Manajemen



Dr. Triyonowati, M.Si



Dr. Nur Fadrijh Asyik, SE., M.Si., Ak, CA

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKY AMELIA EFFENDI

NPM : 14.1.02.08818

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM *SQUARE* DI SURABAYA

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 7 April 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 7 April 2018

Yang membuat pernyataan,



6000
ENAM RIBURUPAH

Rizky Amelia Effendi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Rizky Amelia Effendi
NPM : 14.1.02.08818
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Nganjuk, 11 Juni 1996
Agama : Islam
Anak ke/Jumlah Saudara : 1 (Satu) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Jalan Nanas No. 23 Geluran, Sidoarjo

B. ORANG TUA

Nama : Moh. Yusuf Efendi
Alamat Rumah/Telepon : Dukuh Kupang Utara 2C No. 12 Surabaya
Alamat Kantor/Telepon : Jalan Margomulyo No. 3a Surabaya
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Kedurus IV Surabaya Tahun 2008
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 16 Surabaya Tahun 2011
3. Tamat SLTA di SMK Ketintang Surabaya Tahun 2014
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	SURABAYA	I-VII	2014-2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Rizky Amelia Effendi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KARITA MUSLIM SQUARE DI SURABAYA”** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu (S1) yang diajukan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Allah SWT yang telah mengabulkan doa-doa, memberikan kesabaran, ketabahan, dan kekuatan selama ini.
2. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, SE., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
4. Bapak Dr. Ir. Budhi Satriyo, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian, pelatihan mental dan kesabarannya untuk membimbing serta memberikan petunjuk yang bermanfaat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Ibu Dra. Aniek Wahyuati, M.M dan Ibu Rika Rahayu, S.M., MBA selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
6. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu, wawasan dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
7. Kedua orang tua saya tercinta, Ayah dan Ibu yang selama ini memberikan bantuan dalam menempuh pendidikan baik moril maupun materil dan tiada hentinya selalu memanjatkan doa-doa yang terbaik untuk anak-anaknya.
8. Untuk Rholando Denza yang selalu membantu, menemani, dan memberikan motivasi.
9. Sahabat-sahabat saya Doura, Vriska, Ladia, Meryditha. Teman-teman SM-1 angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, ilmu, dukungan, motivasi selama perkuliahan dan pada saat penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan Terima Kasih.

Dalam penyusunan skripsi ini,

penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu,

penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca dalam memberikan kritik dan saran

untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan wawasan dan pengetahuan

bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPEL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB 2 : TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Teoretis	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran Produk	9
2.1.3 Produk	11
2.1.4 Harga.....	16
2.1.5 Promosi	20
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.7 Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.1.8 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.1.9 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Rerangka Konseptual	30
2.4 Rumusan Hipotesis	30
BAB 3 : METODA PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32

3.1.2	Gambaran Populasi	32
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1	Variabel Independen	35
3.4.2	Variabel Dependen.....	39
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.3	Regresi Linear Berganda.....	43
3.5.4	Uji Kelayakan Model	44
3.5.5	Uji Hipotesis	46
BAB 4 :	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.2	Deskriptif Hasil Penelitian	51
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	53
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.1.7	Uji Kelayakan Model	63
4.1.8	Uji Hipotesis	65
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB 5 :	PENUTUP	71
5.1	Simpulan	71
5.2	Keterbatasan.....	72
5.3	Saran	72
JADWAL	PENELITIAN	73
DAFTAR	PUSTAKA	74
DAFTAR	LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Kelas Interval	35
2 Koefisien Korelasi.....	45
3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
6 Kelas Interval	53
7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....	54
8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	55
9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	55
10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	56
11 Hasil Uji Validitas.....	58
12 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
15 Uji Koefisien Determinasi Berganda	64
16 Uji Kelayakan Model	65
17 Hasil Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Proses Pemasaran	8
2 Rerangka Konseptual	30
3 Uji Normalitas	61
4 Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	76
2. Tabulasi Tanggapan Responden.....	80
3. Hasil Output SPSS.....	84



INTISARI

Maraknya tren busana muslim, memicu para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Karita Muslim *Square* di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Karita Muslim *Square* di Surabaya. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan; uji kelayakan model menunjukkan bahwa model ini layak untuk digunakan; uji t dan regresi menunjukkan produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Karita Muslim *Square* di Surabaya.

Karita Muslim *Square* diharapkan untuk memperhatikan produk dan harga karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang belum dicantumkan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The rise of Muslim fashion trends, triggering business people to compete to meet the needs and desires of consumers. The purpose of this research is to determine the influence of the product, price and promotion of purchasing decisions at Karita Muslim Square in Surabaya.

Population in this research is consumer of Karita Muslim Square in Surabaya. Data source that been used is primary data. The sampling technique used incidental sampling with the number of samples counted as many as 98 respondents. The classical assumption test that been used meets the specified criteria; model feasibility tests shows that this model is feasible to use; t test and regression show that product and price have positive and significant influence to purchasing decision, while promotion has negative and insignificant influence to purchasing decision at Karita Muslim Square in Surabaya.

Karita Muslim Square is expected to pay attention to products and prices as it may influenced purchasing decisions. For subsequent researchers to add other variables that have not been included in this research to identify other factors that influence purchasing decisions.

Keywords: Product, price, promotion and purchase decision.

